

El discreto encanto de

La UC3M ha publicado el informe anual del impacto de las noticias de I+D+i, generadas por la universidad, en los medios. Los resultados muestran un aumento constante de la difusión de estos contenidos a partir de 2009, fecha desde la que se duplican las apariciones registradas.

La publicación de estas noticias se extiende a más de 30 países, entre ellos Alemania, Brasil, Canadá, China, Estados Unidos, Francia, India, Inglaterra, Italia, México o Rusia. Esto demuestra el papel relevante de las plataformas internacionales de divulgación científica en las que

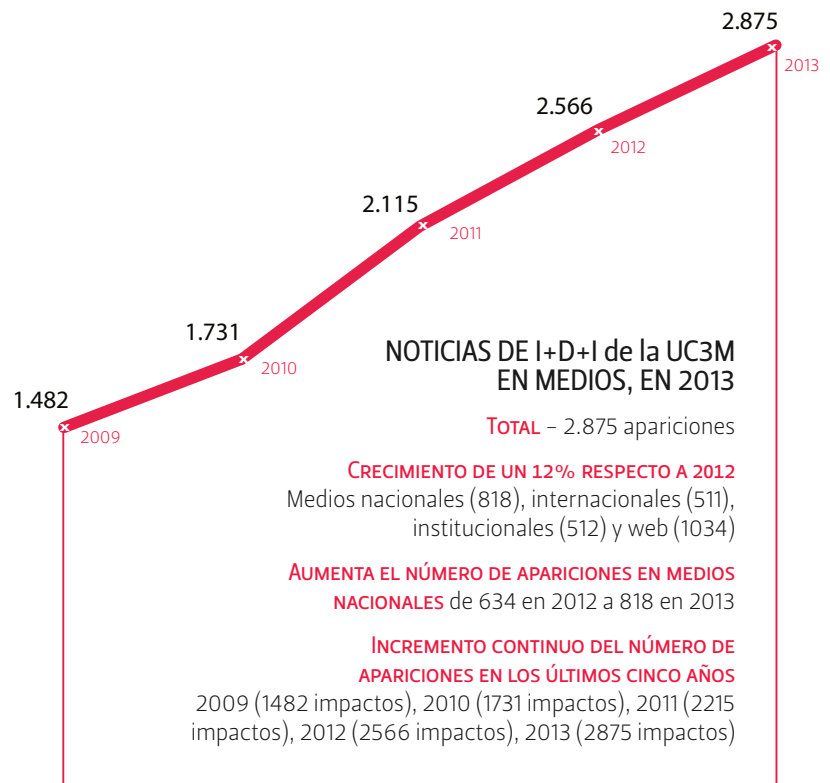
El trabajo de la Oficina de Información Científica de la UC3M hace que las noticias de investigación de la universidad alcancen miles de apariciones en los medios



se cuelgan las noticias de la UC3M en castellano, inglés y chino. Las plataformas fundamentales son AlphaGalileo, EurekaAlert, Sinc, Dicyt y Madrimasmd.

CRECIMIENTO

En 2013 la Oficina de Información Científica (OIC) de la UC3M generó 56 piezas informativas, que consiguieron 2875 apariciones en medios tradicionales y 'online'. Esto supuso un aumento del 12% con respecto al año anterior y, prácticamente, la duplicación de los resultados de 2009 (con 1482 impactos). De ese total, 818 noticias aparecieron en medios nacionales, 511 en internacionales, 512 en medios institucionales y 1034 en la web.

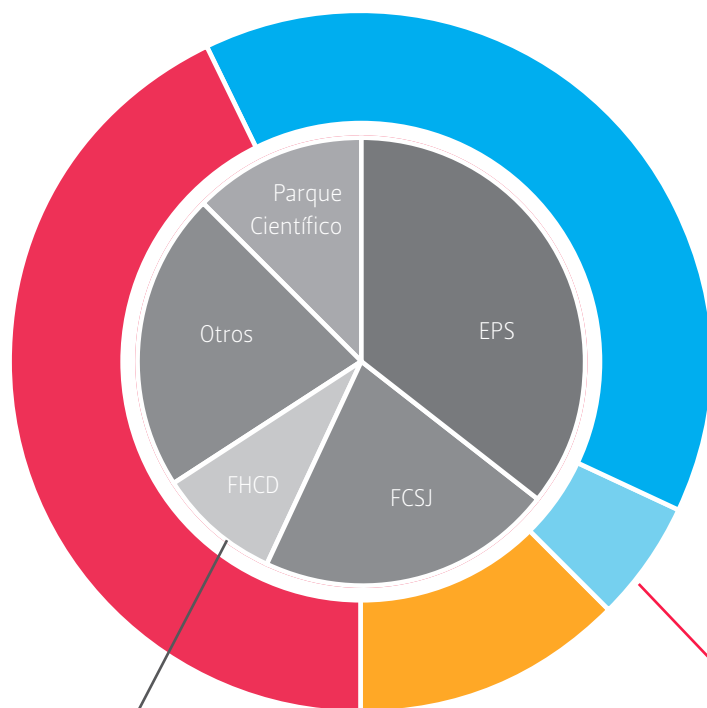


la divulgación científica

Es destacable la gran subida de impactos en medios nacionales (al pasar de 634 a 818) y en diferentes webs (de 541 a 1034). A esto contribuye la consolidación de la cuenta de Twitter de la OIC (@ciencia_uc3m), que acumula ya más de dos millares de seguidores, así como la difusión de notas de prensa y redes sociales (Twitter y Facebook) UC3M, gestionadas por el Servicio de Comunicación.

DIFUNDIR LA CIENCIA

La Oficina de Información Científica es una unidad promovida por el vicerrectorado de Investigación y Transferencia e integrado en el Servicio de Comunicación Institucional, dependiente del vicerrectorado de Cultura y Comunicación. Forma parte de la red de Unidades de Cultura Científica y de la Innovación (UCC+i), de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT). Su misión es difundir la ciencia e innovación que se desarrolla en la UC3M.



DISTRIBUCIÓN DE NOTICIAS POR CAMPUS

■ Getafe:	24
■ Leganés:	22
■ Parque Científico:	7
■ Colmenarejo:	3

DISTRIBUCIÓN DE NOTICIAS POR CENTROS

Escuela Politécnica Superior:	20
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas:	12
Facultad Humanidades, Comunicación y Doc.:	5
Otros (servicios, vicerrectorados):	12
Parque Científico:	7

PERIODISMO CIENTÍFICO

Para conocer más sobre periodismo científico y divulgación de la investigación, i-3 ofrece, en este número una entrevista con Esperanza García, redactora jefa de la agencia SINC (Servicio de Información y Noticias Científicas); y las opiniones de José Pardina, director de la revista 'Muy interesante' y de Pablo Jáuregui, redactor jefe de Ciencia del diario 'El Mundo'

ENTREVISTA/

ESPERANZA "PAMPA" GARCÍA MOLINA

Periodista científica, redactora jefa de la agencia SINC (Servicio de Información y Noticias Científicas) y vicepresidenta de la Asociación Española de Comunicación Científica (AECC). Es licenciada en Física y máster en Periodismo Científico por la UC3M

¿Qué hay que tener en cuenta a la hora de divulgar información científica?

Más que de divulgación, que es un término muy amplio en el que se incluye desde la actividad de un museo hasta un campamento de verano, prefiero hablar de periodismo científico, porque a eso nos dedicamos en Sinc. El periodista científico informa sobre lo que sucede en el mundo de la ciencia; acabamos haciendo divulgación cada vez que comunicamos a la sociedad noticias acerca de conceptos complejos con un lenguaje asequible, pero digamos que la divulgación es un efecto colateral. Lo principal es no perder de vista para quién trabajamos: para el público. Es un público general, no especializado, al que debemos hacer atractiva y comprensible la información sobre ciencia.

*¿España ha progresado en este campo?
¿Cuánto queda por hacer?*

Creo que sería mejor preguntar a los periodistas científicos que empezaron antes pero lo cierto es que el periodismo

científico es joven. El pionero, Manuel Calvo Hernando, inauguró el oficio en España en los 50. En la actualidad, creo que en nuestro país hay excelentes periodistas científicos. El problema es que muy pocos medios cuentan con plantillas bien nutridas de periodistas especializados.

¿Y la divulgación desde las universidades?

La red de Unidades de Cultura Científica ha hecho y sigue haciendo una enorme labor por la difusión de los resultados de investigación de la universidad. Para los periodistas son fuentes de información valiosas.

¿Cuáles son las principales claves a la hora de divulgar?

No contar algo si tú no lo has entendido. De poco sirve escribir una noticia de una manera muy rigurosa si nadie la va a entender fuera del círculo de los especialistas. Hay que hablar con fuentes apropiadas a la hora de contar cada tema y buscar fuentes independientes para contrastar las informaciones.

“Hacer atractiva la información sobre ciencia”

¿Qué no se debe, o no se puede, hacer?

No se debe aburrir. La ciencia y la tecnología son creaciones increíbles de la cultura humana, así que no hay excusa para informar sobre ellas de manera poco atractiva. Para ello no hace falta exagerar ni ser sensacionalista. Hay que acostumbrarse a contrastar, por norma. Levantar el teléfono y preguntar. Y, como decía antes, jamás se debe contar algo que no has logrado entender, porque se nota.

¿Cómo ha cambiado la divulgación con internet y las redes sociales?

Totalmente. Según la VI Encuesta de Percepción Social de la Ciencia, en 2012 internet fue la fuente de información científica más consultada por los ciudadanos y por primera vez superó a la televisión; y cada vez es mayor la penetración de las redes sociales, los blogs y los medios especializados entre los menores de 25 años ●



EL RETO DE LOGRAR QUE LO ENTIENDA 'TU ABUELA'

PABLO JÁUREGUI*



Einstein decía que «no entiendes realmente algo a menos que seas capaz de explicárselo a tu abuela». Siempre cito esta frase cuando me encuentro con alguno de esos científicos (aunque, afortunadamente, cada vez van quedando menos) que considera absurdo o frívolo intentar explicar sus hallazgos al resto de la sociedad. No es nada fácil lograr que el *bosón de Higgs* o el genoma humano «lo entienda tu abuela», y de hecho éste es precisamente el mayor desafío del periodismo científico: traducir la jerga hiperespecializada de la ciencia al lenguaje de la calle. No es nada fácil, pero es posible, como están demostrando todos los días los grandes profesionales de la comunicación científica que trabajan en este país. El esfuerzo merece la pena, porque la ciencia ha salido definitivamente del armario de los laboratorios y ha irrumpido con fuerza en la cultura popular, como reflejan las listas de «noticias más leídas» en las webs de los principales periódicos españoles, donde la información científica triunfa todos los días. Así que hagan caso a Einstein, y expliquen sus descubrimientos de tal manera que los entiendan sus abuelas: la sociedad se lo agradecerá porque esta sedienta de conocimiento. Y esta complicidad servirá para ganar su apoyo, reforzando así el futuro de la ciencia en nuestro país ●

*Pablo Jáuregui es redactor jefe de Ciencia de *El Mundo*

DIVERTIDO ES LO CONTRARIO DE ABURRIDO

JOSÉ PARDINA*



El eslogan de nuestra revista resume su concepto editorial: “Entretenimiento inteligente”. La primera condición para contar la ciencia a un lector generalista es no ser aburridos. La segunda, ser rigurosos. La tercera, ser comprensibles. Si además queremos hacer periodismo, hemos de introducir en la fórmula el factor actualidad. En definitiva, mezclar la exactitud con la amenidad, la información con la diversión. Muy Interesante despierta la curiosidad con un enfoque multidisciplinar de

los temas, hace sencillo lo complejo, descubre y describe lo nuevo. Con lenguaje asequible, espectacularidad visual, titulares llamativos, variedad temática, infografías, sentido del humor y una puesta en página que incita a la lectura. La divulgación es una cosa muy seria pero como dijo Chesterton: “Divertido no es lo contrario de serio; divertido es lo contrario de aburrido, y de nada más” ●

* José Pardina es director de *Muy Interesante*